



ЦЕНТР
українсько-європейського
наукового співробітництва



КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЦЕНТР УКРАЇНСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАУКОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА
ФАХОВИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ "УКРАЇНСЬКИЙ МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ ДИСКУРС"
ВИДАВНИЦТВО «ГЕЛЬВЕТИКА»

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

UCRAINA LIBERTATEM

ТРАНСФОРМАЦІЯ
ГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ
ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ
ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ

УДК 1/7:130.2:7.01

К26

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Редакційна колегія

Ковальчук О.В. – голова, кандидат мистецтвознавства, доцент, декан факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Циганик М.І. – кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

Роготченко О.О. – доктор мистецтвознавства, професор, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, голова редакційної колегії фахового наукового журналу «Український мистецтвознавчий дискурс»

Сиротинська Н.І. – доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри музикознавства і хорового мистецтва факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

Савицька І.М. – кандидат філософських наук, доцент, декан гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України

Карпов В.В. – відповідальний редактор, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Єфімов Ю.В. – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, креативний директор рекламної агенції «Медіа Партнер Україна»

Волгін Ю.Є. – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

К26 Ucraina libertatem. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ. 11 листопада 2025 року / Ред. кол. : О.В. Ковальчук (голова), М.І. Циганик, В.В. Карпов (відп. ред.) та ін. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 311 с.

ISBN

У збірнику опубліковано матеріали учасників конференції, що висвітлюють актуальні питання процесів розвитку української гуманітаристики та культурно-мистецького простору у час воєнного стану, викликаного військовою агресією з боку російської федерації.

Автори відповідальні за достовірність наведених фактів, повноту та системність висвітлення питань, що досліджують, написання власних імен та географічних назв, покликань на джерела та літературу.

УДК 1/7:130.2:7.01

ISBN

@Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

@Видавництво “Гельветика”

УДК 159.9:7.07

Ціпан Юлія Миколаївна, студентка кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ У СФЕРІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я

Анотація. У статті досліджується гуманітарна роль українського графічного і візуального дизайну в контексті підтримки ментального здоров'я населення в умовах воєнного стану. Розглянуто, як дизайнерські практики можуть виступати інструментами регуляції емоцій та підтримки ментального здоров'я в умовах війни. На прикладі світових і локальних платформ (Headspace, «Ти як?», UpLife) аналізуються підходи до створення довіри, безпеки й терапевтичного досвіду у цифровому середовищі. Поєднано практичні висновки із теоретичними уявленнями про архітектоніку візуальних систем (за матеріалами дослідження студентських проєктів з дизайну книги) та пропонується дизайн-підхід, орієнтований на український культурний контекст і мистецькі практики відновлення.

Ключові слова: український дизайн, айдентика, ментальне здоров'я, Headspace, «Ти як?», UpLife, арттерапія, художньо-проєктна культура, соціальна комунікація, відновлення, війна, Україна.

Актуальність теми дослідження. Війна кардинально змінила роль графічного дизайну в Україні, вивівши його з площини суто естетичного та комерційного обслуговування у сферу стратегічної гуманітарної комунікації. В умовах, коли мільйони громадян переживають психосоціальну травматизацію [1], дизайн перетворюється на інструмент первинної психологічної підтримки. Його ефективність перестає вимірюватися комерційними показниками, натомість визначається здатністю регулювати емоційний стан та формувати ментальну стійкість. Ця зміна ролі становить сутність гуманітарного виміру сучасного українського дизайну вебсайтів у сфері ментального здоров'я.

Коли говоримо про дизайн у сфері ментального здоров'я, важливо відмовитись від уявлення про нього як про «косметичну» обкладинку для продукту. Візуальна

мова бренду і тон взаємодії інтерфейсу – це перші кроки «психологічні взаємодії» між сервісом і користувачем: вони формують очікування, знижують бар'єр звернення по допомогу та можуть буквально змінювати стан користувача вже з моменту входу в додаток.

Саме тому цифрові сервіси ментального здоров'я вимагають інтеграції клінічної наукової бази з продуктовим дизайном. Для них критичною є здатність викликати довіру, гарантувати безпеку користувача та формувати терапевтичний досвід, який функціонує ефективно і поза межами традиційної терапевтичної сесії. Досвід глобальних гравців (Headspace) [2] у цій сфері послуг, локальних ініціатив («Ти як?» [3] - українська національна програма) та нових комерційних інструментів (UpLife) [4] дає змогу виокремити перевірені практики й адаптувати їх до культурно-специфічних умов України.

Метою дослідження є аналіз дизайн-підходів сервісів Headspace, «Ти як?» і UpLife щодо створення довіри, безпеки та терапевтичного досвіду у цифровому середовищі; зіставити практичні рішення з теоретичними уявленнями про архітектуру візуальних систем (структуру інтерфейсу, типографіку, ритм, візуальну семантику) та запропонувати дизайн-підхід, що поєднує функціональність, емпатію і культурну релевантність для українського контексту в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. В Україні, де частота психічних проблем значно зросла у зв'язку з повномасштабною війною, ефективний дизайн має ще й соціальну функцію – створювати простір довіри і заземлення. Сучасні платформи вже намагаються це робити по-різному – розглянемо їх підходи, щоби винести практичні уроки для українських проєктів.

Headspace – це приклад продукту, який будував довіру через поєднання доказової бази (медитативні практики, клінічні дослідження), прозорого контент-менеджменту та дизайну, що акцентує емпатію. На сайті можна побачити дружню тональність, прості онбордингові шляхи, візуальну мову, яка зменшує тривожність користувача. Headspace можна вважати глобальним «еталоном» емоційно-орієнтованого дизайну. Headspace довгі роки був прикладом продукту, що зробив медитацію «доступною» завдяки простому й доброзичливому візуалу. Після низки стратегічних кроків (мердж із Ginger, розширення послуг), бренд оновив айдентику, зберігши впізнавану помаранчеву ноту, але додавши більш багату палітру і власну кастомну типографію [5]. Такий

крок це зроблено для того, щоб передавати ширший спектр емоцій і позиціонувати сервіс як «супровідник» для різних потреб у ментальному здоров'ї. Новий візуальний підхід підкреслює емпатію, професіоналізм і масштабність послуг, при цьому зберігаючи простоту інтерфейсу й увагу до мікро інтеракцій (плавні анімації, ритм, тощо).

Практичні уроки від Headspace:

- Смілива, але не агресивна палітра теплих кольорів дає позитивний, підбадьорливий ефект.
- Уніфікована система ілюстрацій + кастомний шрифт створюють відчуття компетентності й одночасно людяності.
- Інтерфейс акцентує увагу користувача на простих кроках (journeys), мінімізуючи когнітивне навантаження.

«Ти як?» — це всеукраїнська програма, ініційована на державному рівні для розвитку мережі МНПСС (mental health and psychosocial support). Вона більше про інфраструктуру послуг, верифікацію, гарячі лінії та інтеграцію офлайн/онлайн сервісів, а не лише про комерційний додаток. Її сила — у створенні національної платформи й культурі звернення по допомогу як нормі. Візуально проєкт націлений на широку аудиторію, має чітку інформаційну структуру і тон комунікації, що підкреслює державну підтримку і доступність.

Практичні висновки для дизайну продукту:

- У національних проєктах пріоритет — довіра і ясність.
- Айдентика, орієнтована на всю спільноту, має бути нейтральною, інклюзивною, без сильних емоційних «піків».
- Інтеграція офлайн-ініціатив і локальних сервісів — важлива частина екосистеми допомоги.

UpLife позиціонує себе як додаток із набором «journeys», опорою на КПТ (когнітивно-поведінкову довіру) і практики майндфулнес, що полягає у розвитку усвідомленості шляхом концентрації на даний момент без суджень. Користувацький досвід цього сайту робить акцент на персоналізації, трекінгу настрою, коротких щоденних ритуалах і курсових програмах, що підвищує прихильність користувача через звичку. Візуально UpLife дотримується сучасних підходів: мінімалізм, зрозуміла ієрархія, дружні ілюстрації та помірна палітра, що сприяє фокусуванню на виконанні вправ.

Практичні уроки від UpLife:

- Персоналізація шляхів (journeys) підвищує залучення.
- Щоденні ритуали і треки формують корисні звички.
- Дизайн повинен «підштовхувати» до маленьких перемог, які стають терапевтичними маркерами прогресу.

Аналізуючи дизайн-підходів сервісів Headspace, «Ти як?» і UpLife щодо створення довіри, безпеки та терапевтичного досвіду у цифровому середовищі, можна їх узагальнити:

- Інтерфейс має зменшувати емоційне навантаження, він має давати ясні кроки та точку опори, не мати візуальний і когнітивний «шум». Використання природних тонів і помірної контрастності знижує напруження (уроки Headspace). Айдентика на таких сайтах має бути як сигнал безпеки. Логотип, кольори і тон комунікації мають промовляти «не судимо», «допомагаємо», а не «продаємо».
- Шрифт має бути читабельним, людиноорієнтованим. Сама типографія має привертати увагу і створювати умови для активації акту емпатії. Можна спиратися на досвід формування емоційного тону в книжковому дизайні, коли рукописні елементи чи каліграфічні акценти додають тепла там, де це доречно.
- Інтерфейс має бути технічно якісним і в той же час знижувати тривожність, що є можливим за умов поміркованої будови кожної сторінки, з опорою на чітко зрозумілий ритм, мати мікро анімації. Має бути продумана система блоків, починаючи від головного екрану до інших блоків головної сторінки (як архітекtonіка видання), де кожен модуль самодостатній, але налаштований у загальну систему. Головною ідеєю такої системи, яка базована на модульній архітекtonіці контенту, є «читабельність» інтерфейсу і передбачуваність, що зменшує когнітивне навантаження на глядача.
- Візуальні коди повинні враховувати локальні символи, мову, табу та способи вираження емоцій. Для цього можна використовувати абстрактні мотиви національного мистецтва (наприклад, елементи народного орнаменту, стилізацію природи) у формі тонких текстур або патернів, що не агресують, але створюють відчуття приналежності до місця, нації, культури. Це важливо для ветеранів і тих, хто переживає втрати. Такі мистецькі мотиви можуть бути інструментом «заземлення».
- Арт терапія та мистецькі проєкти можуть бути частиною екосистеми відновлення, їхня візуальна мова може бути включена в айдентичку для підсилення емпатії й автентичності. Можна розглянути можливість додавання розділів/модулів з простими

арт-вправами (скетч-завдання, кольорові медитації, візуальні рефлексії), які можна проводити самостійно або з коучем. Цей блок має бути візуально відокремлений, теплий і емоційно привабливий, без натяку на клінічну практику, а мати виключно творчий потенціал.

- На сайті має бути прозора людиноорієнтована комунікація. Тон повідомлень має бути простим, природним, відкритим, створювати довіру і асоціюватися з виразом - «ти в безпеці, ми поруч».

Висновки. Досліджуючи дизайн сайтів ментального здоров'я можна прийти до таких висновків: по-перше, дизайн має базуватися на гуманітарних засадах, що виявляється у одночасному володінні технологією, емпатією та культурною чутливістю. По-друге, дизайн сайтів Headspace, UpLife і «Ти як?» дає корисні підказки, що виявляються у емоційному мінімалізмі, персоналізації шляхів, інтеграції офлайн-ресурсів і прозорій комунікація. Усе це на досліджуваних сайтах переноситься у локальний контекст з адаптацією образів, що є важливо для наслідування. По-третє, український дизайн повинен поєднувати традицію та сучасність. Як у книжковому дизайні (синтез змісту й форми), так і в цифрових продуктах шрифт, ритм сторінки/екрану, ілюстрації мають працювати на формування довіри й відчуття цілісності. По-четверте, мистецькі практики відновлення можуть і повинні бути частиною цифрової екосистеми: вони підсилюють автентичність, дають мову для рефлексії й створюють відчуття спільності.

Список використаних джерел:

1. Martsenkovskyi D. Shevlin M, Ben-Ezra M ets. Mental health in Ukraine in 2023. Eur Psychiatry. 2024 Mar 27; 67(1):e27. doi: 10.1192/j.eurpsy.2024.12.
2. Headspace: Meditation & Health. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.getsomeheadspace.android&hl=uk>
3. Ти як? Всеукраїнська програма ментального здоров'я. (HowAreU / Всеукраїнська програма). URL: <https://howareu.com/>
4. UpLife. URL: <https://www.uplife.app/>
5. Stephen P. The Headspace logo history, symbol and meaning: A commitment to mental health. Fabrik. Blogs/Logofile. URL: <https://fabrikbrands.com/branding-matters/logofile/headspace-logo-history-symbol-and-meaning/>